

Web상에서의 제품디자인을 위한 주문자참여 Design에 관한연구

A study on an order Participatory Design in Product Design on Web

-넥타이디자인을 주제로한 Web Site 구현을 중심으로

최 경 희

울산대학교 정보통신대학원 정보디자인전공

Choi Kyoung Hee

Dept. of Information Design, Univ. of Ulsan

• Keywords : Web, an order Participatory Design, Product Design

1. 서론

정보통신기술의 발전과 인터넷의 급속한 성장으로 인터넷은 이제, 그 유용성에 있어서 소비자의 정보탐색과 입체적 커뮤니케이션의 공간으로서 뿐만 아니라 제품에 관련된 디자인 서비스까지도 통합할 수 있는 하나의 매체로 성장하게 되었다.

최근 인터넷을 통한 새로운 비즈니스의 모델로 전자 상거래(Electronic Commerce)가 핫 이슈로 떠오르고 있는 지금, 기업들은 이제 과거의 시간, 공간, 또는 비용의 제약으로 자사의 제품이나 정보를 충분히 소비자들에게 전달하지 못했던 것을, 인터넷을 이용하여 저렴한 비용으로 멀티미디어 형태의 정보를 유통 단계를 거치지 않고 직접 전달할 수 있게 되었다.

따라서 회사들은 인터넷을 차세대의 매체로 간주하여 앞으로 등장할 온라인 네트워크망에 대한 새로운 환경에 적합할 수 있도록 온라인 상에 가상영역(Web Site)을 구축하여 다양하게 소비자들과 주문자들의 접촉을 시도하고 있다.

따라서 인터넷이 차세대 매체로서 그 역할을 다할 때 인터넷을 통한 제품의 디자인 서비스는 기업이나 구매자에게에 시공간의 제약을 해결 해줄 수 있을 것이다.

2. Web을 이용한 주문자참여 디자인의 필요성

Web을 이용한 주문자참여 디자인은 다음과같은 환경 변화에서 그 필요성을 찾을 수 있다.

첫째, 과거 대량소비시대의 획일화된 소비패턴이 점차 붕괴되고 소비의 개성화, 다양화, 차별화가 강조되는 표현감성 소비패턴이 나타나고 있다.

둘째, 인터넷 상업화 허용 이후 시간과 공간의 제약없이 기존 고객은 물론 불특정 잠재 고객을 확보할 수 있다는 장점으로, 인터넷이 새로운 마케팅 도구로 떠오르고 있다.

셋째, 전자결제, 홈뱅킹 등의 개발이 촉진되고 각국의 전자상거래 관련 프로젝트가 추진되면서 전자 상거래시장은 해마다 대규모로 확대되고 있다.

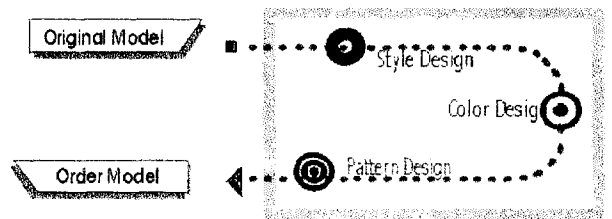
따라서 Web기반의 직접유통 시스템을 이용하여 주문자가 직접 참여할 수 있는 제품의 디자인 서비스는 기업이, 급변하는 시장환경에 적응하고 제품경쟁의 우위를

획득하기위한 가장 적절한 전략의 하나가 될 것이다.

3. Web상에서의 디자인참여 방향

본 연구에서의 디자인의 의미는 현재 웹상에서의 기술적 뒷받침이 가능한 범위 내에서 이루어질 수 있는 오브젝트의 칼라 변경, 스타일 변경, 패턴의 변경에 디자인의 의미를 둔다.

따라서 넥타이 디자인을 주제로 스타일 디자인, 칼라 디자인, 패턴디자인의 세가지 방향으로 접근하였다.



<그림 1> 디자인 참여 개념도

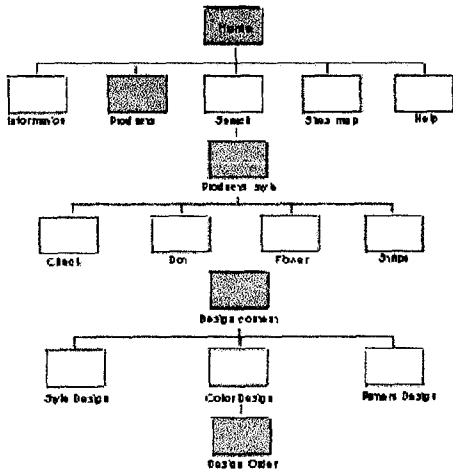
4. Web Site 설계 및 구현

본 연구의 주제 선정에 있어 제품의 디자인이, 소비자의 제품구매욕구에 가장 높은 영향력을 끼치는 패션관련 제품중 넥타이를 선정하였고 개발도구로는 디렉터(Director)와 벡터기반 그래픽 프로그램인 플래쉬(Flash)를 사용하였다.

디자인 참여과정은 실시간 상호작용을 기반으로 주문자 중심의 인터페이스에 충실하였다.

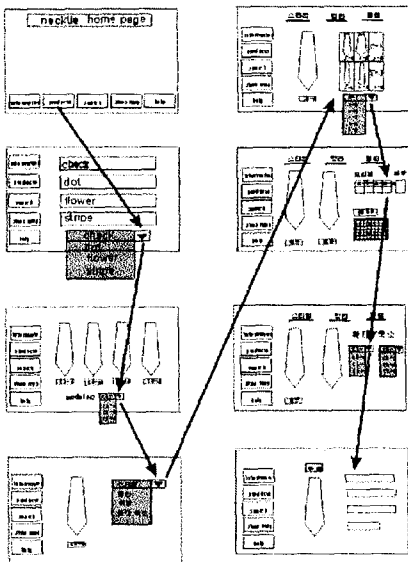
4-1 전체적인 구조 및 네비게이션 설계

디자인 접근 단계에 따라 구분된 모듈들은 수행과정의 연관성에 따라 단계적인 층으로 구분하고 각모듈의 집합을 레벨(Label)로 정의하였다. 레벨의 단계는 번호가 높을수록 하위체계의 순을 거치고, 모듈들이 가지고 있는 각각의 카테고리는 주문자의 디자인참여 의사에따라 상호 연관성을 가지고 접근해 갈수 있다. 전체적인 계층적 트리구조는 <그림 2>과 같다.



<그림 2> 전체구조 설계

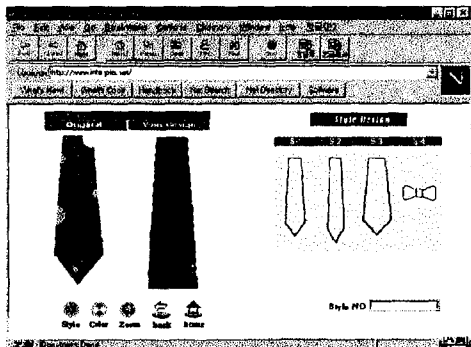
하이퍼텍스트를 기반으로 <그림 3>와 같은 네비게이션 구조를 가지고 있다.



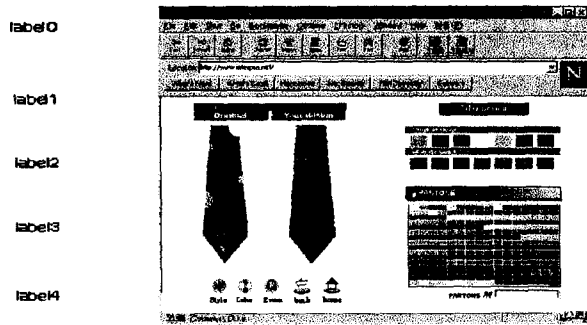
<그림 3> 네비게이션 설계

4-2 디자인 설계

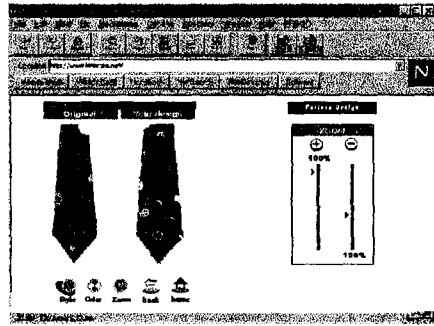
디자인 설계에 있어 시스템 전개 속도의 단축을 위해, 사용된 모든 데이터는 벡터이미지 파일들이다.



<그림 4>



<그림 5>



<그림 6>

5. 결론

웹을 통한 제품디자인 서비스가 가능한 Web Site가 구현됨으로서, 주문자가 직접 기업을 방문하여 이루어지는 제품디자인에 대한 상담 또는 요구사항이 시간과 장소의 제약없이 상호작용의 즉각적인 실시간 디자인Feedback을 얻을 수 있다.

그리고 주문자의 요구에 가장 가까운 제품디자인이 이루어짐으로서 주문자측이 원하는 디자인으로 요구할 수 있게 될 것이며 또한 기업은 다양한 문화권의 고객들이 선호하는 디자인과 요구사항을 파악함으로써 그에맞는 새로운 마케팅 전략을 세울수 있고 뿐만 아니라 향후 새로운 제품디자인 개발에 있어 경쟁력의 우위를 차지할 수 있는 디자인의 방향을 가늠할 수 있게 될 것이다.

참고문헌

1. 임연용 "제품디자인 프로세스" 원광사 1991
2. 이건표 "제품디자인에 있어서의 사용자 참여적 프로세스에 관한연구" 디자인학 연구 1997
3. 정지원, 임창빈, 정철중 "인트라넷을 활용한 디자인 정보시스템(CADIS)의 제안" 울산대학교 조형대학 논총 제2권 1호 1997
4. "멀티미디어 -언론연구원총서 ⑱" 한국언론연구원 1995
5. 신언모 "개성추구의 디자인시대" 충남대학교 출판부 1995
6. Jason Yeaman, Victoria Dawson, 하성철, 유숙영 옮김, "디렉터 쇼크웨이브" 비앤씨 1997
7. WWW.lg.co.kr 한국 LG 그룹의 홈페이지
8. WWW.sgi.com 실리콘 그래픽스사의 홈페이지